

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN
WAKTU PENGIRIMAN DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN EKSPEDISI LION
PARCEL DI BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Tania

170910090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN
WAKTU PENGIRIMAN DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN EKSPEDISI LION
PARCEL DI BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



Oleh:

Tania

170910090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Tania
NPM : 170910090
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN EKSPEDISI LION PARCEL DI BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 22 Januari 2021



Tania

170910090

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN
WAKTU PENGIRIMAN DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN EKSPEDISI LION
PARCEL DI BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**

Oleh:

Tania

170910090

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 22 Januari 2021



Raymond, S.E., M.Sc.

Pembimbing

ABSTRAK

Perkembangan kebutuhan jasa pengiriman produk sebagai suatu fasilitas yang diperlukan, bahkan dijamin serba modern banyak masyarakat-masyarakat membuka usaha online dengan itu yang sama mengirimkan produk dari satu wilayah ke wilayah yang berbeda. Tujuan penelitian ini yaitu (1) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel di Batam. Variabel dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1), Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) dan Fasilitas (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Metode uji pengaruh yang digunakan adalah metode analisis statistik terdiri dari uji regresi linear berganda yaitu analisis determinasi, pengujian signifikan hipotesis yang berdiri dari uji T dan uji F. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa (1) variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai signifikansi tersebut sebesar 0,023 lebih kecil < dari 0,05 dan nilai T hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 2,315 lebih besar > dari T tabel sebesar 1,984. (2) variabel ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai signifikansi tersebut sebesar 0,034 lebih kecil < dari 0,05 dan nilai T hitung untuk variabel ketepatan waktu pengiriman adalah sebesar 2,149 lebih besar > dari T tabel sebesar 1,984. (3) variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai signifikansi tersebut sebesar 0,000 lebih kecil < dari 0,05 dan nilai T hitung untuk variabel fasilitas adalah sebesar 5,193 lebih besar > dari T tabel sebesar 1,984. (4) variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai signifikansi tersebut sebesar 0,000 lebih kecil < dari 0,05 dan nilai F hitung untuk variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas adalah sebesar 171,810 lebih besar > dari F tabel sebesar 2,70.

Kata kunci: Fasilitas; Kepuasan; Pengiriman; Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

The development of needs for product shipment services as a necessary facility, in this modern era many people open online businesses by shipping products from one place to another. The purposes of this study are (1) to find out the influence of service quality, delivery speed, and facilities simultaneously on costumers satisfaction of Lion Parcel expedition in Batam. The variables in this study are Service Quality (X1), delivery Speed (X2), and Facilities (X3) to Costumer's Satisfaction (Y). The method used to study the influence is the statistical analysis method that consist multiple linear regression analysis i.e. determination analysis, significant hypothesis testing consisting the T test and F test. According to the analysis it concludes (1) The service quality variable has a significant influence on costumer's satisfaction because the significance value is 0,023 less than 0,05 and the T value for service quality variable is 2,315 greater than T table of 1,984. (2) The delivery speed variable has a significant influence on costumer's satisfaction because the significance value is 0,034 less than 0,05 and the T value for the delivery speed variable is 2,149 greater than T table of 1,984. (3) The facilities variable has a significant influence on costumer's satisfaction because the significance value is 0,000 less than 0,05 and the T value for the facilities variable is 5,193 greater than T table of 1,984. (4) Service quality variable, delivery speed variable, and facilities variable, simultaneously have a significant influence on costumer's satisfaction because the significance value is 0,000 less than 0,05 and the F value for costumer's satisfaction variables, delivery speed and facilities is 171,810 greater than the F table of 2,70.

Keywords: *Delivery; Facilities; Satisfaction; Service Quality.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
4. Bapak Raymond, S.E., M.Sc. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Bapak Darwin selaku pimpinan Lion Parcel Bahari Squad yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan penelitian;
7. Orang Tua dan Keluarga yang selalu memberi semangat kepada penulis untuk mengerjakan skripsi dari awal hingga selesai;
8. Jana Mila selaku sahabat dari awal perkuliahan hingga semester akhir ini yang selalu membantu, dan saling mendukung satu sama lain;
9. Evlin selaku teman yang selalu memberi panduan, dukungan dan doa kepada penulis hingga skripsi selesai;
10. Teman-teman se-angkatan penulis yang saling menyemangati dalam pengerjaan skripsi.

Semoga skripsi ini dapat diterima dengan baik serta mendapatkan kasih karunia Tuhan dan semoga dapat membalas kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat berlimpah, Amin.

Batam, 22 Januari 2021



Tania

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Rumusan Masalah	10
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Manfaat Penelitian	11
1.6.1. Manfaat Teoritis	11
1.6.2. Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Kajian Teori	13
2.1.1. Kualitas Pelayanan	13
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	13
2.1.1.2. Kriteria Kualitas Pelayanan	14
2.1.1.3. Kesenjangan Kualitas Pelayanan	14
2.1.1.4. Indikator kualitas pelayanan	15
2.1.2. Ketepatan Waktu Pengiriman	15
2.1.2.1. Pengertian Ketepatan Waktu Pengiriman	15
2.1.2.2. Faktor-faktor Ketepatan Waktu	17
2.1.2.3. Dimensi Ketepatan Waktu	17
2.1.2.4. Indikator Ketepatan Waktu	17
2.1.3. Fasilitas	17
2.1.3.1. Pengertian Fasilitas	17
2.1.3.2. Hal-hal Dalam fasilitas Jasa	18
2.1.3.3. Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Fasilitas Jasa	19
2.1.3.4. Indikator Fasilitas	19
2.1.4. Kepuasan Pelanggan	19
2.1.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	19
2.1.4.2. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan	21
2.1.4.3. Manfaat Kepuasan Pelanggan	21
2.1.4.4. Indikator Kepuasan Pelanggan	21
2.2. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Hubungan Antar Variabel	25

2.3.1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	25
2.3.2. Hubungan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan .	25
2.3.3. Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	26
2.3.4. Hubungan Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan pelanggan.	26
2.4. Kerangka Pemikiran	26
2.5. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Desain Penelitian	29
3.2. Operasional Variabel	29
3.2.1. Variabel Independen.....	29
3.2.2. Variabel Dependen	30
3.3. Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1. Populasi	31
3.3.2. Sampel	31
3.4. Teknik Pengumpulan Data	32
3.4.1. Kuesioner.....	32
3.5. Metode Analisis data	33
3.5.1. Analisis Deskriptif	33
3.5.2. Uji Kualitas Data	35
3.5.2.1. Uji Validitas Data.....	35
3.5.2.2. Uji Reliabilitas	35
3.5.3. Uji Asumsi Klasik.....	36
3.5.3.1. Uji Normalitas Data	36
3.5.3.2. Uji Multikolinearitas dengan Korelasi Parsial	36
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.5.4. Uji Pengaruh	37
3.5.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.5.4.2. Analisis Determinasi (R ²).....	37
3.5.4.3. Uji T	38
3.5.4.4. Uji F	39
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian	39
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	39
3.6.2. Jadwal Penelitian	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Hasil Penelitian	40
4.1.1. Analisis Karakteristik Responden	40
4.1.1.1. Profil Responden.....	40
4.1.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Apakah Saudara Pernah Menggunakan Jasa Lion Parcel.....	40
4.1.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.1.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
4.1.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berapa Kali Pengiriman	42
4.2. Hasil Penelitian	43

4.2.1. Analisis Deskriptif	43
4.2.1.1. Karakteristik Variabel	43
4.2.1.2. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	44
4.2.1.3. Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman.....	45
4.2.1.4. Variabel Fasilitas (X3)	45
4.2.1.5. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	46
4.2.2. Hasil Uji Kualitas Data	47
4.2.2.1. Hasil Uji Validitas.....	48
4.2.2.1.1. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	48
4.2.2.1.2. Uji Validitas Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2).....	49
4.2.2.1.3. Uji Validitas Fasilitas (X3)	49
4.2.2.1.4. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	50
4.2.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Data	51
4.2.2.2.1. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1).....	51
4.2.2.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	52
4.2.2.2.3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X3)	53
4.2.2.2.4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	53
4.2.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	54
4.2.3.1. Hasil Uji Normalitas	54
4.2.3.2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
4.2.3.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
4.2.4. Hasil Pengaruh	58
4.2.4.1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	58
4.2.4.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	59
4.2.5. Hasil Uji Hipotesis	60
4.2.5.1. Hasil Uji T.....	60
4.2.5.2. Hasil Uji F.....	62
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	63
4.3.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
4.3.2. Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan...	63
4.3.3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	63
4.3.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1. Kesimpulan	65
5.2. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik data pencapaian jumlah paket (KG)	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Uji Normalitas Kurva Histogram.....	55
Gambar 4.2 Uji Normalitas Grafik P-P plot	55

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data pencapaian jumlah paket (KG) dari September 2019 sampai dengan September 2020	7
Tabel 2.1 Penelitian Pendahuluan	24
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	30
Tabel 3.2 Skala Likert	33
Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif	34
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian	39
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Apakah Saudara Pernah Menggunakan Jasa Lion Parcel.....	40
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ...	42
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pengalaman	43
Tabel 4.6 Indikator Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	44
Tabel 4.7 Indikator Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2).....	45
Tabel 4.8 Indikator Variabel Fasilitas (X3).....	46
Tabel 4.9 Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Ketepatan Waktu Pengiriman.....	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Fasilitas.....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1).....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas (X3)	53
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)	53
Tabel 4.18 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	56
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.23 Hasil Uji T	61
Tabel 4.24 Hasil Uji F	62

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Lemeshow.....	31
Rumus 3.2 Rumus Rentang Skala	34
Rumus 3.3 Rumus Uji T.....	38
Rumus 3.4. Rumus Uji F.....	39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi kini tumbuh terlalu cepat termasuk Kota Batam, keadaan ini dikarenakan oleh masuknya arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi semua pelaku bisnis. Para pelaku bisnis saling berlomba untuk dapat menghadapi persaingan dan untuk dapat mendapatkan keunggulan yang kompetitif. Salah satu komponen paling penting dalam perusahaan yakni bagian pemasaran. Pemasaran ialah sebuah struktur keseluruhan dari aktivitas usaha yang direncanakan bagi perencanaan, penentuan, dan penyaluran produk-produk yang diperoleh memenuhi harapan serta menggapai tujuan dan misi suatu perusahaan. (Hutabarat, 2017: 133).

Kontribusi pemasaran untuk satu perusahaan yaitu pemasaran terlalu berarti sebagai harapan akhir suatu usaha. Keuntungan dan kerugian suatu usaha diperoleh dari prosedur pemasarannya. Maka dari itu, manusia yang berperan menjadi bagian pemasaran perlu dalam membangun kebijakan, jangan keliru dalam memperoleh kebijakan akibat pengaruhnya tentang aktivitas usaha yang terlalu canggih. Ada 2 hal pemasaran yang dipasarkan yaitu terkait dengan jasa dan produk. Jasa merupakan kegiatan ataupun aktivitas yang diperoleh usulan karena suatu sisi untuk sisi yang berbeda, atas landasannya tidak berbentuk serta tidak menimbulkan peralihan milik segalanya. (Fitriyana dan Susianto, 2018: 35).

Pada dasarnya ada banyak sekali bentuk-bentuk jasa yang sering digunakan oleh masyarakat yaitu jasa pengiriman barang, jasa transportasi, jasa fotografi,

jasa penginapan, jasa kebersihan dan lain sebagainya. Salah satu yang menawarkan jasa tersebut yaitu adalah Lion Parcel dengan jasa pengiriman barang. Jasa pengiriman produk sebagai suatu fasilitas yang diperlukan, bahkan dijamin serba modern banyak masyarakat-masyarakat membuka usaha online dengan itu yang sama mengirimkan produk dari satu wilayah ke wilayah yang berbeda yang jauh melakukan jasa pengiriman produk tersebut sangat diperlukan untuk masyarakat (Musyafah, 2018: 152). Di dalam kompetisi usaha jasa pengiriman produk yang semakin erat menetapkan setiap perusahaan untuk mencapai tujuan sepenuhnya apabila ingin melindungi keberadaannya dalam kompetisi usaha yang berbeda.

Perkembangan jasa pengiriman di Kota Batam termasuk berkembang dengan cepat, terutama pada ekspedisi Lion Parcel yang sudah berjumlah 109 agen di kota Batam, dan 1 pusat ekspedisi Lion Parcel, dengan adanya ekspedisi Lion Parcel ini memudahkan masyarakat untuk menggunakan jasa pengiriman paket dan dokumen bagi yang memerlukan sejumlah jasa pengiriman untuk kebutuhan masing-masing. (Oktaviani, 2018: 223).

Lion Parcel berdiri tanggal 14 februari 2013. Perusahaan ini bergerak dibidang jasa ekspres yaitu jasa angkutan jaringan dan infrastruktur Lion Group, salah satu maskapai penerbangan terbesar, memberikan dukungan domestik dan internasional. Menjadi sebagian dari Lion Group, misi Lion Parcel adalah memajukan bisnis Lion Group di perusahaan penyedia. Filosofi bisnisnya adalah mendukung mempercepat perkembangan perdagangan di semua wilayah tanah air melewati rancangan “Distribusi udara tepat waktu”. Mestipun terbilang

peserta pertama, Lion Parcel telah memperoleh hubungan serta modal instrumen yang andal bersama bantuan pasukan penerbangan, serta sering melakukan penerbangan dari Lion Group nyaris semua bandar udara di Indonesia, Lion Parcel hendak menyediakan kargo dan dokumen. Layanan terintegrasi serta kepastian gerai tersebar hingga Sabang sampai Marauke. Lion Parcel hendak selalu memajukan hubungan serta prestasi layanannya demi membagikan kejelasan serta keselamatan dokumen dan pengiriman barang yang dibantu akibat struktur kinerja layanan prioritas, sehingga terus meningkatkan kualitas pelayanan sebagai keseimbangan.

Lion Parcel meresmikan gudang terpadu di Batam, gudang tersebut memiliki layanan *one stop service*, artinya seluruh pelayanan dilakukan sekaligus digudang tersebut. Pelayanan yang dilakukan di gudang termasuk pemeriksaan bea dan cukai, pemeriksaan keamanan untuk penerbangan (*aviation security*), pengepakan, serta pemeriksaan X-Ray. Lion Parcel mengklaim, layanan tersebut mempercepat waktu pengiriman hingga dua jam atau setara 60 hingga 70 persen dari pengiriman normal. Sebab Lion Parcel tak perlu antri di bandara untuk melakukan pengecekan bea dan cukai serta pemeriksaan keamanan penerbangan. Gudang tersebut memiliki luas sekitar 2500 meter persegi dan menghabiskan dana sekitar Rp. 9 miliar dalam pembangunannya. Direktur Utama Lion Parcel adalah Farian Kirana. Ekspedisi Lion Parcel di Batam memudahkan pelanggannya untuk melakukan penggunaan jasa pengirimannya dengan membuka 110 kantor di beberapa daerah.

Keunggulan untuk memenangkan persaingan dalam jasa pengiriman harus bisa memberikan kualitas pelayanan yang prima, agar mampu bersaing dengan jasa pengiriman yang lainnya. Di setiap jasa pengiriman, pelayanan merupakan peran terpenting untuk memenuhi kepuasan para pelanggan. Karena kepuasan pelanggan merupakan bagian untuk menunjukkan perkembangan ekspedisi tersebut dan pelayanan merupakan salah satu fitur di negara maju. Agar mampu bersaing dan tidak kehilangan pelanggan, ekspedisi harus bisa menyusun strategi dalam pelayanan kepada pelanggannya. Pernyataan ini didukung oleh (Lubis, 2019: 26). Komponen penilaian untuk mengukur pelayanan jasa pengiriman dimulai dari *customer service*, kurir, adanya kerusakan barang pada saat paket diterima, dan lain sebagainya. Pernyataan ini didukung oleh (Prihandoyo, 2019: 118) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus fokus pada kebutuhan dan harapan setiap pelanggan jasa pengiriman, dan penyampaian informasi harus tepat dan sesuai dengan informasi juga sangat penting saat pelanggan datang dan menanyakan ketepatan waktu pengiriman, harus dikomunikasikan dengan jelas pada waktunya untuk menghindari kesalah pahaman.

Ketepatan waktu pengiriman di ekspedisi Lion Parcel tergolong jauh lebih mudah dibandingkan dengan ekspedisi lainnya. Salah satu kelebihan ekspedisi Lion Parcel dibanding ekspedisi lainnya merupakan pengiriman yang hanya memerlukan waktu minimal 1 hari dan maksimal 2-3 hari. Secara umum, ketepatan waktu pengiriman ekspedisi lainnya sebagai bagian berarti yang wajib diamati, ketepatan waktu pengiriman merupakan yang terpenting. Ketepatan waktu pengiriman, keluhan tentang keterlambatan transportasi, dan ketepatan

waktu pengiriman menjadi faktornya, sangat dipengaruhi oleh jenis transportasinya, melalui darat, cuaca, serta pesawat terbang. Tentunya ketiga hal tersebut akan memengaruhi lamanya waktu barang sampai ditempat tujuan maupun keamanan barang. Andaikan waktu pengiriman barang terlampaui lama mendarat ke *customer* dan rusak ataupun bahkan terjadi kehilangan, oleh karena itu tentunya akan mempengaruhi kepuasan customer terhadap perusahaan. Didalam ketepatan waktu pengiriman, baik di ekspedisi lain ataupun di ekspedisi Lion Parcel, akan dihitung simulasi ongkir beserta fasilitas yang diberikan ekspedisi tersebut. (Aminah, 2017: 50).

Fasilitas setiap ekspedisi berbeda-beda, sedangkan Lion Parcel memiliki keunggulan mempunyai pesawat tersendiri, tergantung kebijakan dari masing-masing ekspedisi, dengan berkembangnya teknologi, pengiriman barang menjadi lebih sederhana serta efisien, satu-satunya melewati pelayanan tracking. Fungsi sistem pelacakan yang diberikan oleh perusahaan jasa pengiriman sangat memudahkan pelanggan. Kita sekedar butuh memasukan angka resi pengiriman di menu pencarian yang tercantum di website, sesudah itu kita dapat menggunakan informasi detail yang disediakan oleh pihak jasa pengiriman untuk memantau keberadaan paket tersebut. Fasilitas yang tidak memuaskan, seperti sempitnya tempat parkir, dan kursi terbatas untuk pelanggan. Fasilitas setiap ekspedisi juga merupakan kepuasan setiap pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman tersebut. (Winarno, 2018: 1250).

Kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman dapat dilihat melalui kualitas pelayanan, pengiriman tepat waktu, dan fasilitas yang diberikan

dari perusahaan kepada pelanggannya. Andaikan konsumen puas serta senang atas layanan yang mereka rasakan, sehingga jasa pengiriman Lion Parcel akan memuaskan pelanggan.

Sebelum pelanggan menggunakan jasa pengiriman tersebut ada baiknya pelanggan mempertimbangkan proses pengirimannya, bagaimana kualitas pelayanan di ekspedisi tersebut, bagaimana ketepatan waktu pengiriman di ekspedisi tersebut, dan lain sebagainya. Ketentuan pengiriman barang di ekspedisi Lion Parcel di Batam tidak begitu rumit, jika data dapat dilengkapi oleh pelanggan dengan nama penerima dan alamat tujuan harus dimasukkan dengan benar dan lengkap di surat tanda terima.

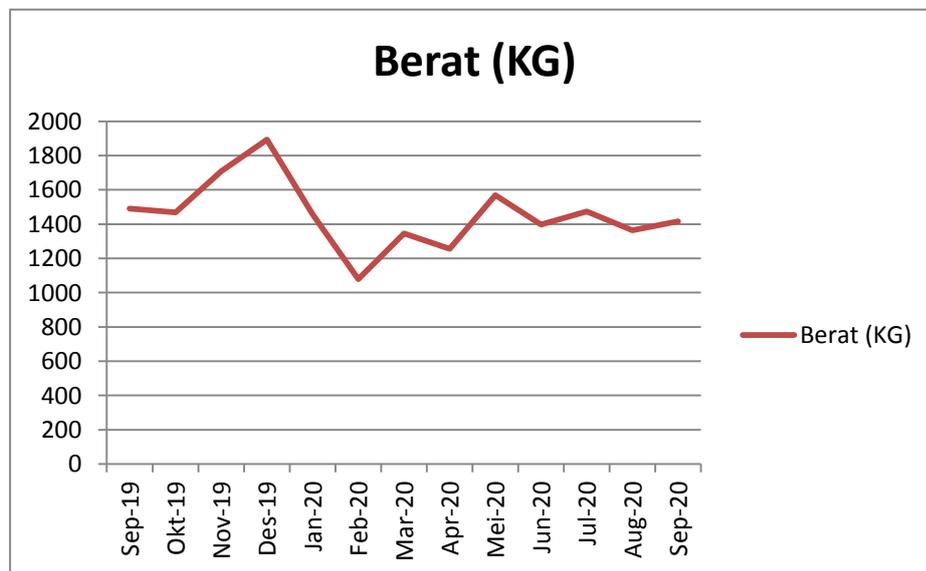
Dalam operasionalnya banyak sekali permasalahan yang dihadapi Lion Parcel terkait Kualitas Pelayanan masih belum baik atau belum maksimal mengakibatkan paket yang diterima oleh pelanggan dalam situasi yang tidak lengkap dengan pengiriman asli. Permasalahan terkait ketepatan waktu pengiriman masih banyak yang belum tepat waktu sehingga paket yang diterima melebihi estimasi yang telah ditentukan. Permasalahan terkait fasilitas yang kurang memadai mengakibatkan ada sebagian lokasi harus kita yang mengambil kiriman kita terus di agen Lion Parcelnya. Kepuasan Pelanggan belum dilakukan secara maksimal sehingga pelanggan belum merasa puas atas kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas yang didapatkan dari ekspedisi Lion Parcel tersebut.

Tabel 1.1 Data pencapaian jumlah paket (KG) dari September 2019 sampai dengan September 2020.

NO	BULAN	BERAT (KG)
1	September-2019	1490
2	Oktober-2019	1469
3	November-2019	1708
4	Desember-2019	1893
5	Januari-2020	1457
6	Februari-2020	1079
7	Maret-2020	1345
8	April-2020	1255
9	Mei-2020	1568
10	Juni-2020	1398
11	Juli-2020	1474
12	Agustus-2020	1364
13	September-2020	1417
TOTAL		12357

Sumber: Lion Parcel Bahari Squad (2020)

Gambar 1.1 Grafik data pencapaian jumlah paket (KG)



Sumber: Lion Parcel Bahari Squad (2020)

Berdasarkan tabel dan grafik data diatas dapat menganalisa bahwa untuk penjualan maupun omset rata-rata yang dicapai adalah 1.029 KG (Kilogram) /

bulan. Dengan pencapaian 1 (satu) tahun berkisar 12.357 KG (Kilogram). Untuk omset pengiriman tertinggi berada di bulan desember 2019 mencapai sekitar 1.893 KG (Kilogram) yang dimana untuk pengiriman akhir tahun biasanya mengalami lonjakan yang tinggi karena kebutuhan masyarakat akan menggunakan jasa ekspedisi meningkat drastis seperti mengirim paket natal, paket makanan, paket baju dll untuk kekeluarga mereka, relasi, maupun pelanggan-pelanggan yang berbelanja online untuk kebutuhan akhir tahun. Dan untuk pengiriman paket omset terkecil berada di bulan februari 2020 yang mencapai 1.079 KG (Kilogram) dikarenakan setiap awal tahun setiap toko online akan mengadakan *stock of name* (perhitungan stok toko) maka setiap penjualan ataupun pengiriman akan di stop sementara sampai selesai dan biasanya berkisar di bulan januari-maret dan siklus ini selalu terjadi setiap tahun di beberapa sektor usaha.

Untuk saat ini dampak terhadap pengguna jasa tersebut masih stabil seperti biasanya dan pada masa pandemik di tahun ini tidak terlalu mempengaruhi omset ekspedisi ini karena kebutuhan masyarakat yang terus meningkat, adapun omset yang berkurang adalah toko-toko online yang mengalami kebijakan atas penurunan perdagangan.

Sesuai penjabaran di atas, penulis termotivasi untuk meneliti di ekspedisi Lion Parcel di Batam dengan mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel Di Batam”.

1.2. Identifikasi Masalah

Relevan penjabaran di atas, penulis menetapkan permasalahan dalam penelitian yaitu:

1. Masih belum baik atau belum maksimalnya kualitas pelayanan yang diterapkan, mengakibatkan paket yang diterima pelanggan dalam keadaan tidak utuh.
2. Ketepatan waktu pengiriman masih banyak yang belum tepat waktu, sehingga paket yang diterima melebihi estimasi yang telah ditentukan.
3. Fasilitas yang kurang memadai, mengakibatkan ada beberapa tempat yang kita harus mengambil paketnya sendiri di kantornya.
4. Kepuasan pelanggan yang belum dilakukan secara maksimal, sehingga pelanggan belum merasa puas atas apa yang didapatkan dari ekspedisi Lion Parcel tersebut.

1.3. Batasan Masalah

Relevan dengan identifikasi masalah, penulis memberi batasan masalah agar tidak menyebar, dan fokus serta arah pembahasan lebih tegas, agar tidak berlawanan dari tujuan yang diharapkan. Adapun batasan masalah penelitian ini yaitu:

1. Variabel *independent* yang digunakan pada penelitian ini yakni Pengaruh Kualitas pelayanan, Ketepatan Waktu pengiriman dan Fasilitas.
2. Variabel *dependent* yang digunakan pada penelitian ini yakni Kepuasan Pelanggan.

3. Objek penelitian ini yakni pelanggan yang memakai jasa Lion Parcel yang beralamat di Komp. Ruko Nagoya Square Blok D no 80 Nagoya.

1.4. Rumusan Masalah

Relevan identifikasi masalah, ditetapkanlah rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel di Batam?
2. Apakah ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel di Batam?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel di Batam?
4. Apakah pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel di Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Relevan dengan rumusan masalah yang dijabarkan, tujuan yang bisa dicapai penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel di Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel di Batam..
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel di Batam.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas secara bersama-sama/simultan terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel di Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Guna penelitian ini yakni memerikan manfaat ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan jasa pengiriman yang berhubungan kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, fasilitas, dan kepuasan pelanggan.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Memaksimalkan pengetahuan dari penelitian memiliki pengaruh saat pelanggan sedang dilayani, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas sehingga pelanggan memutuskan untuk menggunakan jasa pengiriman tersebut.

2. Bagi Institusi

Penelitian di harapkan memperluas sumber yang berguna teruntuk perpustakaan Universitas Putera Batam.

3. Bagi perusahaan

Guna memerikan penjabaran, penyelesaian, dan acuan rekomendasi untuk jasa pengiriman ketika akan memilih langkah/keputusan guna memaksimalkan minat pelanggan.

4. Bagi peneliti lanjut

Guna memperluas variabel yang telah ada dengan visi menambah wawasan baru bagi pembaca lain. Termasuk bagi peneliti sebagai bahan pembelajaran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Handoko, (2017: 64) kualitas pelayanan merupakan bisnis yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Kualitas pelayanan yang diperuntukkan pada pelanggan atau pengguna jasa juga bernilai manfaat teruntuk perusahaan penghasil jasa dikarenakan keberadaan pelanggan atau pengguna jasa ialah aset perusahaan sebab pengguna jasa telah membayar jasa yang dijual oleh perusahaan tersebut.

Menurut Jacklin dan Mandey (2019: 433) yang dimaksud kualitas pelayanan ialah tingkatan pelayanan perusahaan yang mana bisa mencukupi harapan *customers*. Kualitas pelayanan tersebut juga dapat disimpulkan sebagai segala yang berkaitan dengan pelayanan baik itu positif maupun negatif.

Menurut Syaifullah (2018: 87) Kualitas pelayanan merupakan ekspektasi dari tingkat keunggulan dan penguasaan tingkat keunggulan yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Sementara itu Khairani, (2019: 130) ciri keseluruhan produk atau layanan memengaruhi kecapannya guna memenuhi kebutuhan pelanggan yang sudah mapan dan implisit.

Kualitas pelayanan berdasarkan Dharma 2017: 351) dengan kata lain, bagi penyedia layanan, hal ini harus dilakukan. Kualitas pelayanan juga sangat

membantu dalam menciptakan diferensiasi, *positioning* dan strategi bersaing kompetitif dalam organisasi pemasaran manapun.

Berdasarkan pengertian kualitas pelayanan menurut para peneliti terdahulu di atas dapat disimpulkan kualitas pelayanan terfokus di pencukupan kebutuhan dan harapan konsumen berikut syarat-syarat pengiriman yang mengabulkan harapan konsumen.

2.1.1.2. Kriteria Kualitas Pelayanan

Relevan dengan standar kualitas dalam jasa pelayanan tertera dari tolak ukur berikut menurut (Sofiyah, 2018: 181) :

1. *Reliabilities*
2. *Responsiveness*
3. *Competences*
4. *Access*
5. *Courtesy*
6. *Communication*
7. *Credibilities*
8. *Securities*
9. *Understanding the customers*
10. *Tangibles*

2.1.1.3. Kesenjangan Kualitas Pelayanan

Menurut (Soebakir, 2018: 3845) ada lima kesenjangan kualitas pelayanan dalam pemberian dalam layanan yaitu:

1. Antara ekspektasi konsumen dan konsep manajemen.

2. Antara persepsi manajemen terhadap konsumen dan standar kualitas layanan.
3. Antara spesifikasi kualitas layanan dan pemberian layanan.
4. Antara pemberian layanan dan komunikasi eksternal.
5. Antara layanan yang diinginkan dari yang diharapkan.

2.1.1.4. Indikator kualitas pelayanan

Indikator kualitas pelayanan penelitian ini berdasarkan pada sudut pandangan Handoko, (2017: 64) ialah sebagai berikut:

1. *Tangibles* (bukti fisik) yakni kemahiran perusahaan guna menampilkan keberadaan pada pihak eksternal.
2. *Reability* (subjek) yakni keterampilan perusahaan saat memerikan layanan yang akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (tanggung jawab) yakni kesediaan untuk membantu pengguna jasa dengan memerikan informasi jelas serta pelayanan yang cepat/tanggap dan tepat.
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian) yakni pemahaman, kesopanan dan kemampuan karyawan perusahaan guna melahirkan kepercayaan dari pemakai jasa perusahaan, termasuk komunikasi, reputasi, keselamatan dan kemampuan.
5. *Empathy* (empati) yakni memerikan kepedulian yang nyata pada pengguna layanan dengan sebisa mungkin mengerti akan kebutuhan mereka.

2.1.2. Ketepatan Waktu Pengiriman

2.1.2.1. Pengertian Ketepatan Waktu Pengiriman

Menurut Aminah, (2017: 50) ketepatan waktu merupakan “Kemampuan pemasok untuk mengirimkan tepat waktu dalam *batch* minim. Lalu mulai pengevaluasian berdasarkan jarak antara pemasok dan perusahaan, kapasitas produksi mereka serta kemahiran historis pekerja untuk mengirimkan tepat waktu”. Kemudian menurut Sakti dan Mahfudz (2018: 3) ketepatan waktu sangat penting, mengingat ketepatan pengirim produk pesanan akan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut Yuniati, (2018: 2) ketepatan waktu digunakan sebagai standar yang telah ditentukan, dan kendaraan datang, pergi atau lewat pada tempat dan waktu yang telah ditentukan. Ketepatan waktu juga merupakan faktor penting dalam memberikan informasi yang relevan.

Menurut Hafizha, (2019: 2) tandaskan bahwa ketepatan waktu yakni saat pelanggan berbelanja produk hingga produk itu sampai ke pelanggan. Ketepatan waktu dalam pengiriman bisa untuk memenuhi permintaan pelanggan adalah satu-satunya variabel yang berguna dalam menaikkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan tersebut sehingga konsumen akan merasakan keinginan dan harapannya untuk menggunakan jasa tersebut terpenuhi, maka akan timbul rasa kepuasan oleh pelanggan tersebut.

Berdasarkan pemahaman peneliti diatas, maka dapat ditarik disimpulkan bahwa pengertian ketepatan waktu ialah bahwa suatu proses pengiriman yang telah dilakukan harus sesuai dengan tanggal dan hari yang ditentukan, agar tidak menjadi pemicu pelanggan untuk komplain.

2.1.2.2. Faktor-faktor Ketepatan Waktu

Menurut Lisnasari (2016: 33) ada dua faktor ketepatan waktu yaitu:

1. Saat memilih layanan transportasi, pengiriman tepat waktu adalah salah satu hal terpenting.
2. Ketepatan waktu sangat dipengaruhi oleh metode transportasi melalui laut, udara dan darat.

2.1.2.3. Dimensi Ketepatan Waktu

Menurut Hafizha (2019: 2) adapun dimensi ketepatan waktu pengiriman yaitu:

1. Ketepatan layanan pengiriman.
2. Tentukan akurasi harga.
3. Tentukan Ketepatan waktu.

2.1.2.4. Indikator Ketepatan Waktu

Indikator ketepatan waktu yang tertera pada penelitian ini yakni menurut Juniariska (2020: 148) ialah:

1. Ketepatan waktu kedatangan barang yang telah dikirim sesuai jadwal yang telah ditentukan.
2. Ketepatan waktu pengiriman barang yang akan dikirim.

2.1.3. Fasilitas

2.1.3.1. Pengertian Fasilitas

Fasilitas mengacu pada penyediaan peralatan fisik untuk memudahkan aktivitas atau aktivitas pelanggan sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan perusahaan (Pantilu 2018: 3725). Fasilitas yakni sumber daya fisik yang mana

hadir sebelum memerikan layanan kepada pelanggan. Ini diperuntukkan sebagai metode pendukung untuk berbagai kegiatan olahraga perusahaan dan dapat digunakan untuk semua konten aktivitas internal perusahaan (Hafizha, 2019: 2).

Fasilitas ialah syarat-syarat pokok yang perlu dipenuhi pengelola jasa pengiriman demi kelancaran kegiatan pengiriman seperti alamat yang tertera dan ketepatan waktu. Semua hal yang dapat memfasilitasi upaya dan mempercepat penyampaian untuk mencapai tujuan tertentu (Lestari 2018: 42). Menurut Maydiana (2019: 446) fasilitas adalah “semua perlengkapan fisik pendukung dan nyaman disediakan oleh perusahaan jasa pelanggan”. Sehingga dimasa depan serta memiliki umur atau masa manfaatnya yang relatif permanen.

Menurut Sorayanti Utami (2017: 132) fasilitas merupakan arti untuk mempromosikan dan memfasilitasi kinerja fungsi. Fasilitas adalah berbagai faktor produk dan dapat dengan mudah ditingkatkan atau kurangi tanpa mengubah kualitas dan model layanan.

Berdasarkan penelitian pada ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah objek penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti rasa nyaman bagi pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Perusahaan jasa memelihara fasilitas yang cukup guna meringankan pemakai jasa saat memakai jasanya dan melahirkan rasa nyaman saat memakai jasanya, yang mana memengaruhi pembelian jasa pelanggan.

2.1.3.2. Hal-hal Dalam fasilitas Jasa

Menurut Emmywati (2016: 187) apa yang perlu dikomunikasikan dalam fasilitas layanan:

1. Keutuhan, kebersihan, serta kerapian fasilitas yang tersedia.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang tersedia.
3. Keringanan memakai fasilitas yang tersedia.
4. Kelengkapan alat yang dipakai.

2.1.3.3. Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Fasilitas Jasa

Menurut Umayya (2017: 31) berikut faktor-faktor yang memengaruhi fasilitas:

1. Sifat dan misi organisasi.
2. Ketersediaan lokasi.
3. Fleksibilitas.
4. Estetika.
5. Komunitas dan lingkungan.
6. Biaya pengiriman.

2.1.3.4. Indikator Fasilitas

Menurut Aditya Wijaya (2018: 8), indikator fasilitas yang tertera pada penelitian ini yakni:

1. Pertimbangan / perencanaan ruang.
2. Perencanaan ruangan.
3. Aksesoris / furniture.
4. Pencahayaan dan warna.
5. Unsur pendukung.

2.1.4. Kepuasan Pelanggan

2.1.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan ialah evaluasi dari pilihan yang setidaknya melebihi harapan pelanggan. Dengan situasi perusahaan menyediakan produk yang dirancang untuk memenuhi harapan pelanggan (Sakti dan Mahfudz, 2018: 3). Berdasarkan Rasyid, (2017: 211) kepuasan pelanggan yakni sebuah kesenangan yang mana pelanggan bias memuaskan kebutuhan atau keinginannya, mestipun membutuhkan usaha atau pengorbanan untuk mendapatkan kepuasan.

Menurut Saputra dan Mulyantini (2019: 5) kepuasan pelanggan mengacu pada bagaimana anggapan konsumen sehabis memadankan kinerja yang dirasakan. Jadi dapat dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan yakni perbedaan antara situasi yang diidamkan dan situasi yang diberikan. Menurut Hafizha (2019: 2) kepuasan pelanggan merupakan perasaan bahwa perbandingan kinerja produk atau hasil dari diharapkan mengakibatkan seseorang merasa puas atau kecewa. Kepuasan adalah tingkat persepsi di mana orang menyatakan kinerja produk atau layanan yang diterima dibandingkan dengan hasil yang diharapkan.

Menurut Meftahudin (2018: 283) kepuasan pelanggan yakni keutuhan sikap yang ditampilkan konsumen sehabis mereka memperoleh dan memakai barang dan jasa, sehingga orang berkenan dengan produk/jasa utama dan pada saat yang sama memadankan hasilnya dengan tingkat rata-rata yang diharapkan.

Relevan dengan beberapa pengertian dari para ahli diatas, disimpulkan konsep kepuasan pelanggan merupakan respon seorang pelanggan mengenai kebutuhannya yang terpenuhi, dengan perasaan yang memuaskan dan menyenangkan.

2.1.4.2. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pendapat Saputra dan Mulyantini, (2019: 5), beberapa metode guna menakar kepuasan konsumen yakni:

1. Kualitas pelayanan, jika konsumen memperoleh pelayanan terbaik atau terpenuhi harapannya maka mereka akan puas.
2. Sistem pengaduan dan saran, yaitu perusahaan perlu memberikan peluang guna mengutarakan saran dan pengaduan pelanggan.
3. Loyalitas, setia berkenaan produk ataupun jasa sehingga selalu memakai produk ataupun jasa itu kembali.

2.1.4.3. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Sudaryana (2020: 449) terdapat beberapa manfaat kepuasan pelanggan diantaranya:

1. Perusahaan memiliki hubungan yang harmonis dengan pelanggannya.
2. Memberikan landasan yang baik untuk digunakan kembali.
3. Bisa memotivasi loyalitas pelanggan.
4. Bentuk saran dari mulut untuk meningkatkan rekomendasi reputasi perusahaan di antara pelanggan.

2.1.4.4. Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini didasarkan pada sudut pandang Panjaitan dan Yuliati (2016: 271) yaitu:

1. Konsistensi kualitas pelayanan dan tingkat harapan.
2. Kepuasan bila dipadankan dengan yang serupa.
3. Tidak terlahir keluhan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Dominannya penelitian terdahulu ialah referensi dan perbandingan penelitian ini. Kesimpulan dari hasil penelitian terdahulu yang dipaparkan bisa memerikan rangsangan pada teori terdahulu. Penelitian oleh Hafizha, (2019: 3) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. Teknik analisis data pada penelitian ini ialah penggunaan pengujian alat penelitian, pengujian hipotesis klasik, analisis regresi berganda serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian melampirkan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, kecepatan transportasi dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian oleh Saputra dan Mulyantini, (2019: 7) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, (Produk Paket Pos Ekspres) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pos Bandung 40000. Teknik analisis yang dipakai ialah analisis statistik deskriptif, analisis regresi berganda, uji f dan uji t parsial, hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero).

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Aminah, (2017: 53) dengan judul Ketepatan Waktu Pengiriman Produk Dan Pengaruh Faktor Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen. Teknik yang dipakai yakni analisis data kualitatif maupun kuantitatif. Hasil pengiriman ketepatan waktu serta kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. JNE Pangkal Pinang.

Berikutnya penelitian yang diteliti oleh Sakti dan Mahfudz, (2018: 3) dengan judul Menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengirim Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini memakai jenis data kuantitatif dengan hasil kualitas layanan, pengiriman tepat waktu dan fasilitas kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap J&T Express Di Kota Semarang.

Penelitian terdahulu berikutnya yakni penelitian oleh Juniariska, Rachman, dan Primanto dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Dan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia. Analisa memakai regresi linier berganda dan tertera bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan kecepatan pengiriman juga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia.

Sedang penelitian berikutnya yang diteliti oleh Bagus Handoko yang mengangkat judul Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di JNE Medan Express Depository. Analisis datanya ialah analisis regresi berganda yang mana hasil penelitian melampirkan promosi, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Maxim Houseware Medan.

Penelitian terdahulu yang terakhir ialah oleh Farid Tiza dan Febsri Susanti dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, hasil variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 2.1 Penelitian Pendahuluan

No	Nama / Tahun dan Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	(Hafizha,2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Dan Fasilitas Transportasi Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express.	Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Transportasi	Kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tariff dan fasilitas secara bersama menghasilkan kepuasan pelanggan pengaruh positif dan signifikan.
2.	(Saputra dan Mulyantini, 2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan, (Produk Paket Pos Ekspres) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pos Bandung 40000.	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen produk pos ekspres PT. Pos Indonesia (Persero).
3.	(Aminah, Rafani dan Hariyani, 2017) menganalisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Produk Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.	Ketepatan Waktu Pengiriman, Kepercayaan Pelanggan	Pengiriman barang yang tepat waktu dan kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Pangkal Pinang.
4.	(Sakti dan Mahfudz, 2018) menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengirim Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan.	Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengirim, Fasilitas	Kualitas layanan, pengiriman tepat waktu dan fasilitas keamanan J&T Express Di Semarang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5.	(Asyraf Afthanorhan, 2019) <i>The effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Three Campus of UniSZA</i>	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Tiga Kampus UniSZA.
6.	(Bagus Handoko, 2017) Pengaruh Promosi Penjualan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Pada JNE Medan Express.	Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan	Promosi, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Maxim Houseware Medan Indonesia.

7.	(Efendi Panjaitan, 2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan JNE Cabang Bandung Terhadap Kepuasan Konsumen.	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Di saat yang sama, Kualitas pelayanan yang memuaskan konsumen juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
8.	(Attamimi, Hufron, Dan Rahman, 2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen (JNE Kota Malang riset konsumen).	Kualitas Pelayanan, Harga, Ketepatan Waktu	Kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen JNE Kota Malang.
9.	(Harna Adianto, 2018) Menganalisis Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.	Ketepatan Waktu Pengiriman, Kualitas Produk	Ketepatan waktu pengiriman, adanya pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

(Lanjutan Tabel 2.1)

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Tiza dan Susanti (2019: 6) melaksanakan penelitian yang menampilkan bahwa kualitas pelayanan JNE Cabang Ulak Padang ada pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menguji adanya kualitas pelayanan dapat dipakai sebagai evaluasi atas komprehensif terhadap keunggulan layanan serta menampilkan kualitas pelayanan sangat perlu ketika memaksimalkan kepuasan pelanggan.

2.3.2. Hubungan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Jaya Sakti (2018: 7) melaksanakan penelitian yang menampilkan pengiriman tepat waktu berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan

pelanggan J&T di kota Semarang. Penelitian tersebut meyakinkan bahwa ketepatan waktu pengiriman memudahkan pelanggan dalam memperoleh jasa yang pelanggan inginkan.

2.3.3. Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

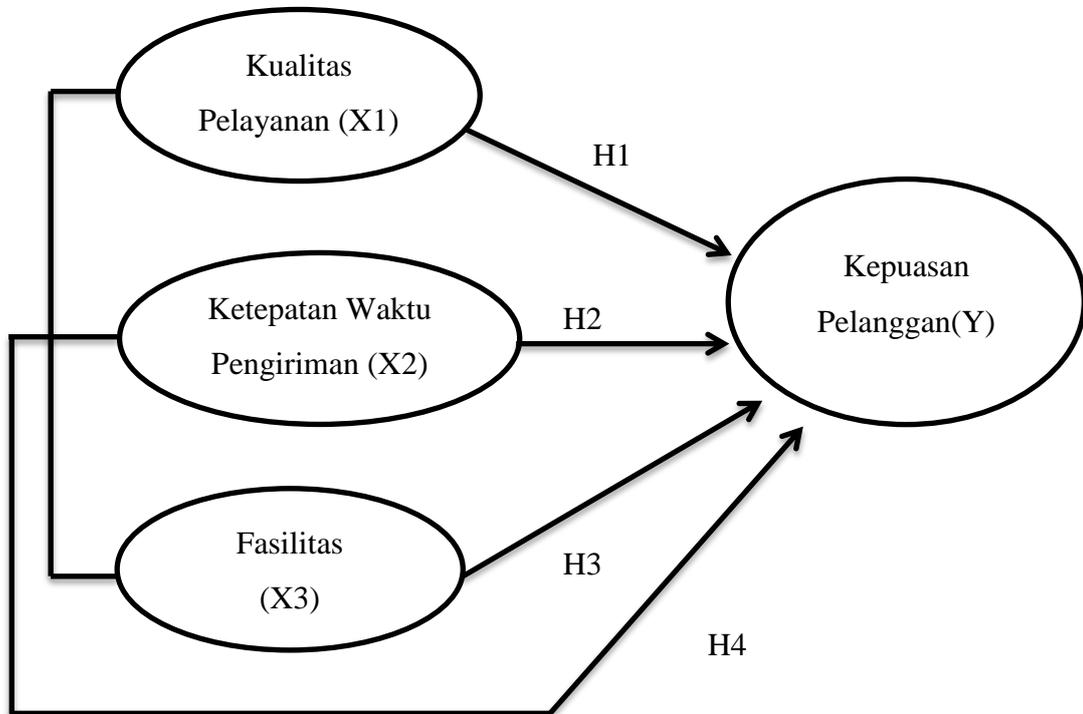
Menurut Sriyani dan Hidayat (2017: 38) melaksanakan penelitian yang menampilkan bahwa fasilitas ada pengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Aston Madiun Hotel dan Conference Center. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa fasilitas sangat perlu bagi meningkatkan kepuasan pelanggan.

2.3.4. Hubungan Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian menurut Jaya Sakti (2018: 9) kualitas layanan, pengiriman tepat waktu dan fasilitas ada pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

2.4. Kerangka Pemikiran

Relevan penjabaran hubungan antar variabel diatas, maka kerangka dari penelitian ini ialah pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

(Sumber : Data Penelitian, 2020)

2.5. Hipotesis

Relevan landasan teori serta kerangka pemikiran yang telah terlampir, ditetapkanlah hipotesis penelitian ini yakni:

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel Di Batam.

H2 : Pengiriman tepat waktu akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel Di Batam.

H3 : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel Di Batam.

H4 : Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas juga memengaruhi kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel Di Batam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Siasat yang disiapkan peneliti guna memperoleh data, lalu dipergunakan guna meneliti hipotesis disebut juga desain penelitian (Mumtaz (2017: 26)). Desain penelitian juga dapat disebut rancangan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan secara *causal komperatif* yang mana penelitian dengan kekhususan masalah berkenaan keterkaitan antara variabel bebas serta variabel terikat guna memahami Batam. Lion Parcel meneliti bagaimana kualitas layanan, pengiriman tepat waktu dan fasilitas dapat memaksimalkan kepuasan pelanggan.

3.2. Operasional Variabel

Menurut Sudaryono (2019: 168) operasional yakni petunjuk yang menginformasikan peneliti untuk menjabarkan cara mengukur variabel secara konkret. Menyusun definisi operasional ialah langkah wajib bagi peneliti sebelum mengukur variabel yang dilayangkan dalam bentuk pertanyaan. Peneliti juga harus menjabarkan hipotesis sesuai gambaran yang riil dilokasi penelitian.

3.2.1. Variabel Independen

Variabel bebas yang memengaruhi variabel lain sering disebut variabel *independent* dimana memiliki hubungan sebab akibat. Variabel *independent* ialah penyebabnya serta variabel *dependent* berupa akibat (Mumtaz (2017: 14)). Variabel yang dipakai dalam penelitian ini kualitas pelayanan (X1), ketepatan waktu pengiriman (X2) dan fasilitas (X3).

3.2.2. Variabel Dependen

Lazimnya disebut dengan variabel terikat dan tidak bisa berdiri sendiri, yaitu variabel yang dipengaruhi/disebabkan variabel *independent*, pernyataan ini didukung oleh Mumtaz (2017: 14). Selain itu variabel ini juga kerap berubah. Variabel *dependent* (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Tertera skala indikator variabel dan data ukuran tertera dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Bertujuan untuk memuaskan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangible</i> (bukti fisik) 2. <i>Reability</i> (subjek) 3. <i>Responsiveness</i> (kemampuan respons) 4. <i>Assurances</i> (jaminan dan kepastian) 5. <i>Emphaty</i> (simpati) 	Likert
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	Kemampuan pemasok untuk membeikan persetujuan kecil.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketepatan waktu kedatangan barang yang telah dikirim sesuai jadwal yang telah ditentukan. 2. Ketepatan waktu pengiriman barang yang akan dikirim. 	Likert
Fasilitas (X3)	Penyediaan bagi pelanggan peralatan fisik yang nyaman.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertimbangan/perencanaan ruang 2. Perencanaan ruangan 3. Perlengkapan / furniture 4. pencahaya dan warna 5. Unsur pendukung 	Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Evaluasi dari alternatif yang diambil setidaknya melebihi keinginan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsistensi antara kualitas layanan dengan tingkat yang diharapkan 2. Kepuasan dibanding kan dengan tingkat sejenis 3. Tidak ada keluhan atau complain 	Likert

Sumber: Peneliti, 2020

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Segolongan orang yang berciri menyerupai di suatu wilayah dan waktu tertentu disebut populasi. Menurut Sudaryono (2018: 173) berkaitan dengan keterbatasan dan beberapa alasan, peneliti hanya dapat memutuskan sebagian yang ingin dijabarkan, diramalkan dari populasi tersebut. Populasi penelitian ini ialah masyarakat di Batam yang memakai jasa Lion Parcel.

3.3.2. Sampel

Sektor dari ukuran dan karakteristik populasi dapat disebut sampel. Karena anggota populasi (kelompok yang tidak diketahui) maka guna mencukupi keakuratan hasil kompilasi indeks, diterapkannya rumus Lemeshow tentukan banyaknya sampel hasil penelitian, seperti dibawah ini:

$$n = \frac{Z^2 \times P(1-P)}{d^2} \quad \text{Rumus 3.1 Rumus Lemeshow}$$

Sumber: Sugiyono (2017: 122)

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = fokus kasus maksimal etimilasi 0,5

d = tingkat kepercayaan 0,10 yang umum digunakan dalam penelitian

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 (0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{1,9208 \times 0,5}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Dibulatkan menjadi 100 orang hal ini disebabkan jumlah sampel minimal dari ketentuan UPB ialah 100 orang masyarakat Batam di wilayah Nagoya yang memakai jasa Lion Parcel.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan ini dengan mencari data primer dan data sekunder. Dalam penelitian, teknologi pengumpulan data sebagai tonggak bagi keberhasilan penelitian, karena misi terpenting dalam penelitian ialah memperoleh data. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan penulis yakni pernyataan yang diutarakan kepada responden berbentuk kuesioner, dan teknik *simple random sampling* dipakai guna mempermudah mengumpulkan data.

3.4.1. Kuesioner

Kuesioner berupa siasat pengelompokan data dengan memerikan rangkaian pertanyaan atau pernyataan tulisan pada responden. Jika peneliti benar-benar mengetahui variabel yang hendak di ukur dan variabel yang diidamkan oleh responden, maka kuesioner ialah siasat pengumpulan data terefektif. Selain itu, jika jumlah responden cukup banyak serta kuesioner juga sepadan. Kuesioner terdiri atas pertanyaan atau pernyataan terbuka atau publik, didistribusikan tatap muka ke responden, ataupun dikirim melalui *email*/internet.

Skala yang diterapkan dalam kuesioner ini ialah skala likert yang memiliki standar yaitu:

Tabel 3.2 Skala Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu-Ragu (R)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : (Sugiyono, 2017)

3.5. Metode Analisis data

Teknik analisis yang dipakai ialah teknik analisis kuantitatif, dimana akan menemukan pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Dalam penelitian kuantitatif, sesudah menghimpun data dari seluruh responden atau sumber data lainnya, dilaksanakan analisis data. Sesudah memperoleh data dari sampel yang representatif dari populasi, prosedur selanjutnya yakni menganalisisnya guna meneliti hipotesis penelitian. Analisis data yang tertera dalam skripsi ini didapati memakai program SPSS edisi 2.6.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sudaryono (2019: 362) statistik deskriptif dipergunakan untuk menganalisa data dengan menjabarkan data yang terhimpun atau secara langsung memerikan bayangan obyek yang ditelaah memakai sampel atau data keseluruhan. Dalam penelitian ini, analisis data yang dipakai ialah hasil tanggapan kuesioner yang telah didistribusikan pada konsumen ekspedisi Lion Parcel di Batam, hasil

kuesioner hendak di olah dengan statistik deskriptif guna menggali data responden.

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3.2 Rentang skala}$$

Sumber : Umar, 2015 : 162

Keterangan:

RS : Rentang Skala

n : Ukuran Sampel

m : Jumlah alternatif jawaban

Relevan rumus di atas, kisaran rentang skala penelitian ini yaitu:

- a. Skor paling rendah = bobot paling rendah x jumlah sampel = 1 x 100 = 100
- b. Skor paling tinggi = bobot paling tinggi x jumlah sampel = 5 x 100 = 500

Berikut guna menemukan rentang skalanya:

$$RS = \frac{100(5 - 1)}{5} = 80$$

Jadi, rentang skala bagi tiap kriteria ialah 80. Penjabaran rentang skala tertera dalam tabel berikut:

Tabel 3. 3 Kriteria Analisis Deskriptif

No	Nilai Interval	Kriteria
1	100 – 180,0	Sangat Tidak Setuju
2	180,1 – 260,1	Tidak Setuju
3	260,2 – 304,2	Ragu – Ragu

4	340,3 – 420,3	Setuju
5	420,4 – 500,4	Sangat Setuju

(Lanjutan Tabel 3.3)

Sumber : Diolah Peneliti (2020)

3.5.2. Uji Kualitas Data

Kemudian memakai uji validitas dan reliabilitas guna menganalisa data yang didapat. Penelitian ini memakai kuesioner sebagai tolak ukur penelitian, Jadi mengharuskan dilaksanakan uji validitas dan reliabilitas bersumber kuesioner yang dipakai.

3.5.2.1. Uji Validitas Data

Menurut Sudaryono (2019: 224) validitas ialah indeks mengukur derajat kesempurnaan sarana. Jika instrumen dipakai sebagai alat ukur yang secara akurat bisa mengukur kondisi narasumber, maka instrument tersebut efektif.

Pengujian ini memakai uji dua sisi dengan tingkat signifikansi 0,05. Standar pengujiannya yakni (Sudaryono, 2019: 363):

1. Jika $r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}}$ (uji 2 sisi dengan angka sig. 0,098) maka instrumen atau soal berkorelasi signifikan dengan skor total (pertanyaan tersebut valid).
2. Jika $r^{\text{hitung}} < r^{\text{tabel}}$ (uji 2 sisi dengan angka sig. 0,098) maka instrumen atau soal tidak berkorelasi signifikan dengan skor total (pernyataan tersebut tidak valid).

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sudaryono (2019: 364), pengujian reliabilitas dilaksanakan melewati konsistensi internal, yakni dengan meneliti instrument satu kali, lalu

meneliti hasil yang didapati melalui teknik tertentu. Hasil analisis digunakan guna meramalkan reliabilitas instrumen. Menurut Sudaryono (2019: 368) suatu instrumen atau jika nilai koefisien reliabel *Cronbach's Alpha* dari variabel tersebut > 0.60 maka variabel diakui reliabel.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian tersebut tertera beberapa pengujian yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas. Sebagian arti utama dari setiap uji dijabarkan di bawah ini.

3.5.3.1. Uji Normalitas Data

Lakukan uji normalitas guna menyimpulkan data yang didapati dari populasi yang distribusinya normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik jika berdistribusi normal. Residu dari distribusi normal membentuk kurva, yang mana jika digambar menjadikan kurva menyerupai lonceng (*bell-shaped curve*). Kita bisa memakai *Histogram Regression Residual* standar, analisis Chi Square serta Nilai Kolmogorov-Smirnov untuk uji normalitas. Jika kondisi terwujud, nilai sisa terstandarisasi diakui normal jika: nilai Kolmogorov-Smirnov $Z < Z^{\text{tabel}}$ atau nilai Sig Probabilitas (2 tailed) $> \alpha$; sig > 0.05 (Sudaryono, 2019).

3.5.3.2. Uji Multikolinearitas dengan Korelasi Parsial

Uji Multikolinieritas guna meneliti model regresi membentuk hubungan antara variable independen atau tidak. Uji Multikolinieritas pengujian memakai *Examination of partial correclation* dilaksanakan dengan memadankan koefisien determinasi total (R²) dengan nilai koefisien korelasi parsial seluruh variabel

independent. Jika koefisien determinasi $R^2 >$ nilai koefisien korelasi parsial semua variabel independen, maka tidak didapati gejala multikolinearitas.

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Masalah heteroskedastisitas berarti variabel dalam model yang tak sama terindikasi bervariasi. Fenomena ini dijabarkan karena pada model, varian residual pada penelitian model regresi tidak sama. Dikatakan bahwa model mengandung masalah heteroskedastisitas, artinya variabel dalam model memiliki varian yang berbeda-beda, dan diperlukan uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah gejala tersebut ada. Uji heteroskedastisitas akan digunakan uji *Park Glejser* dengan mengaitkan residual absolut dengan variabel independen. Jika nilai signifikan hasil nilai probabilitas $<$ dari nilai alpha (0.05), maka tidak mengalami heteroskedastisitas (Sudaryono, 2019: 382).

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda lazimnya ialah kelanjutan regresi linear sederhana, yakni dengan menambah jumlah variabel bebas (Sudaryono (2019: 386)). Model analisis memiliki alat guna mencari hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* yakni antara Kualitas Pelayanan (X1), Ketepatan waktu Pengiriman (X2), Fasilitas (X3) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

3.5.4.2. Analisis Determinasi (R^2)

Determinasi ini dipakai guna mencari tahu persentase dari variabel independen dalam suatu model regresi yang secara bersamaan maupun koleksi memengaruhi variabel dependen. R^2 menampilkan persentase dari pengaruh

keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 ada diantara 0 dan 1. Jika nilainya mengarah 1, variabel independen memerikan nyaris seluruh informasi guna meramal variabel dependen, atau poin yang menampilkan kecakapan yang lebih kuat guna memperjelaskan pertukaran dari variabel independen ke variabel dependen. Tunjukkan bentuk dalam program SPSS dengan mengamati besaran *Adjusted R2* yang telah disesuaikan pada *model summary*.

3.5.4.3. Uji T

Lakukan pengujian ini terhadap koefisien regresi (uji parsial) guna meneliti apakah variabel indenpenden berpengaruh terhadap variabel dependen.

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3.3 Uji t}$$

Sumber: Sugiyono (2017)

Tahapan analisis guna menguji hipotesis koefisien regresi yakni :

1. Menentuka hipotesis.

Ho : Perubahan nilai variabel independen tidak menjabarkan perubahan nilai variabel dependen.

Ha : Perubahan nilai variabel independen menjabarkan perubahan nilai variabel dependen.

2. Tetapkan tingkat signifikansi; $(\alpha) < 0,05$

3. Lihat nilai P value sig (pada lampiran)

4. Keputusan P value (Sig) $< \alpha$, hipotesis penelitian diterima (Ha), atau ditolak (Ho)

5. Kesimpulan

